

наблюдаются у 15,8% учащихся, что характеризует человека, который доживает свою жизнь, у которого все в прошлом, но прошлое способно придать смысл остатку жизни.

Локус контроля – Я (Я - хозяин жизни) составляет средний балл у 63,2% респондентов. Всего 13,2% опрошиваемых имеют высокий балл по данной шкале, что соответствуют представлению о себе как о сильной личности, обладающей достаточной свободой выбора, чтобы построить свою жизнь в соответствии со своими целями и представлениями о ее смысле. И 23,7% имеют низкий балл по шкале “локус контроля-Я”, что характеризует человека, который неверит в свои силы контролировать события собственной жизни.

Фатализм, убежденность в том, что жизнь человека неподвластна сознательному контролю, что свобода выбора иллюзорна и бессмысленно что-либо загадывать на будущее, такое убеждение имеют 21,1% респондентов. 68,4% имеют средний балл по этой шкале. И 10,5% имеют высокие баллы - убеждение в том, что человеку дано контролировать свою жизнь, свободно принимать решения и воплощать их в жизнь.

Таким образом, подростковый возраст является важным периодом социализации, усвоения социальных норм и правил, формирования ценностных ориентиров. Ценностные ориентации подростков являются важным структурирующим элементом, определяющим цели и смысл жизни, мотивацию, направленность убеждения, духовно-нравственное развитие и нравственное самовоспитание личности, ее социальную активность. Социальная активность является потребностью личности в изменении или поддержании основ человеческой жизни. Развитие социальной активности – это очевидное требование современной жизни, которая характеризуется высокой интенсивностью и активностью общественных процессов.

Список использованных источников:

1. Батаршев, А.В. Учебно-профессиональная мотивация молодежи: учеб. пособие / А.В. Батаршев. – М.: «Академия», 2009. – с. 185.
2. Социальная активность [Электронный ресурс] / Философский словарь. – Режим доступа: <http://www.edudic.ru/fil/1160/#> – Дата доступа: 15.03.2019.
3. Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках / редактор-координатор – академик РАН Г. В. Осипов. – М.: НОРМА, 1998.
4. Филиппов, А.А. Социальная ориентация и жизненные планы молодежи / А.А. Филиппов // Молодежь: интересы, стремления, идеалы. – М.: 1976. – с. 65-76.

УДК 331.108.26:316.772.4

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СОТРУДНИКОВ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ANDERSEN»)

М.А. Чиркесова, С.Д. Матюшкова,
ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск
(e-mail: cirkesovamarina@gmail.com)

Проблема создания в компании плодотворной атмосферы, которую воспринимают и разделяют все сотрудники, волнует руководителей многих компаний.

Понятие «корпоративная культура» в организациях и компаниях разрабатывали ведущие исследователи различных отраслей знаний (Т. Дил и А. Кеннеди, М. Армстронг, С.В. Шекшня, Э.А. Смирнов, В.А. Спивак, В.В. Козлов, О.С. Виханский, А.И. Наумов, Н.С. Злобин, А.Л. Слободской, О. А. Родин, Т. Ю. Базаров, С.В. Иванова, П. Н. Шихирев, Е. Черных и др.) [1].

Например, Михайлина С.А. определяет корпоративную культуру как комплекс тех необходимых знаний, навыков, верований, а также разделяемых данным кругом профессионалов ценностей и норм поведения, которые формируются в ходе совместной деятельности членов организации для достижения общих целей и позволяют им действовать взаимоприемлемым образом, исполнять значимые для них роли [3].

В процессе нашего исследования мы придерживались определения, которое дал Б. Танстолл. По его мнению, корпоративная культура – это комплекс разделяемых членами компании мнений, эталонов поведения, настроений, символов, отношений и способов ведения бизнеса, обуславливающих индивидуальность компании [4].

Корпоративная культура представляет собой систему базовых ценностей и представлений, формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, разделяемых членами организации, направляющих поведение персонала и задающих ориентиры структуре организации, системе управления, процессу труда, что способствует в условиях рыночных отношений связыванию организации в единое целое [2].

Многие авторы выделяют ряд принципов, формирующих корпоративную культуру высокого уровня (Р. Морган, А.А. Погоразде, В.А. Спивак). Высокий уровень материальных и духовных ценностей организации. Системный подход, взаимосвязанность и дополнение компонентов культуры друг другом, гармоничное развитие. Использование современных достижений научно-технического прогресса. Преобладание человеческих ресурсов над остальными, наибольшее внимание уделяется социальным и психологическим взаимодействиям внутри коллектива, личность сотрудника и его интересы как основные ценности для предприятия. Отношения с субъектами как внутренней, так и внешней среды, основанные на взаимном доверии и желании дать друг другу что-то новое от сотрудничества, передать полезные навыки, информацию, компетенцию, получение большего количества данных о субъектах взаимодействия для лучшего взаимного понимания.

Современным исследователем, Т. Ю. Базаровым, была определена следующая классификация типов корпоративной культуры: органическая, предпринимательская, бюрократическая и партиципативная культуры [5].

Бюрократический тип корпоративной культуры диктует соответствующий подход к найму, продвижению и развитию персонала. Главный рычаг воздействия на подчиненных – силовой, основанный на использовании методов жесткого прямого контроля. Ценится профессионализм, дисциплинированность, подчинение руководителю.

Предпринимательский тип корпоративной культуры предполагает совместно-индивидуальный тип деятельности, он уместен в маркетинговом отделе, отделе продаж или в каком-либо креативном отделе. В такие подразделения необходимо подбирать людей особого типа – инициативных, способных мыслить творчески, в характере которых присутствует «собственническая» жилка, способствующая разумной внутренней конкуренции.

Органическая корпоративная культура приемлема, где работники озабочены в основном социальными нуждами и обретают чувство самоидентичности только во взаимоотношениях с другими людьми. Очень важный момент в таких организациях приобретают социальные отношения, которые складываются в процессе труда, а не сам труд как цель. Здесь нельзя использовать бюрократический тип управления или даже управления «координатора», потому как работники в большей степени склонны реагировать на воздействие своих товарищей, чем на инициативы начальства.

В партиципативной корпоративной культуре к человеку рассматривается совсем иное отношение, чем в предыдущих. Здесь человек – это личность, к каждому необходим индивидуальный подход. При этом люди в подобной культуре достаточно

гибки для того, чтобы органично сочетать свои личные цели с целями команды, если сама команда ясно представляет себе, к чему она стремится, а это чаще всего именно так. Здесь наблюдается взаимодополняемость способностей членов команды и общность основных ценностных установок обеспечивает полноценное использование индивидуальных навыков и умений при достижении общекомандных целей [5].

Также мы изучили факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры и обуславливающие ряд специфических особенностей корпоративной культуры конкретного предприятия. Это целый ряд внешних (политическая и экономическая ситуация, законодательство, научно-технический прогресс, потребители, конкуренты) и внутренних (отрасль, организационный кризис, смена руководства, стадии жизненного цикла, возраст организации, национальная культура, структура и размер организации, наличие субкультур) факторов.

Таким образом, корпоративная культура – совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавших свою эффективность и разделяемых большинством членов организации [3].

Для того, чтобы составить представление о сложившейся в компании «Andersen» корпоративной культуре, нами было проведено исследование с целью изучения уровня корпоративной культуры сотрудников компании.

Исследование проводилось в период с марта по апрель 2019 года в ООО «Andersen», в котором принимали участие сотрудники компании (разработчики различных технологий, тестировщики, HR-менеджеры, рекрутеры, ресечеры и др.) в количественном составе 60 респондентов (38% женщин и 62% мужчин). Респонденты компании, принимавшие участие в нашем исследовании из трех стран: из Беларуси (60%), Украины (20%) и России (20%).

Нами были использованы следующие методы исследования: методы анализ психологической литературы по проблеме исследования, обобщение и систематизация; тестирование (тест «Типы поведения в конфликте» (Томаса Килмена), тест на определение типа корпоративной культуры в организации (адаптированная методика Т.Ю. Базарова), тест «Уровень корпоративной культуры» (Т.А. Блинов)); методы количественной и качественной обработки полученных результатов.

Результаты и их обсуждения. Обработка результатов методики «Уровень корпоративной культуры» показала отсутствие низкого и очень высокого уровня корпоративной культуры у диагностируемых сотрудников. У 65% респондентов выявлен высокий уровень корпоративной культуры, а у 35% – средний уровень. Полученные данные графически представлены на рисунке 1.

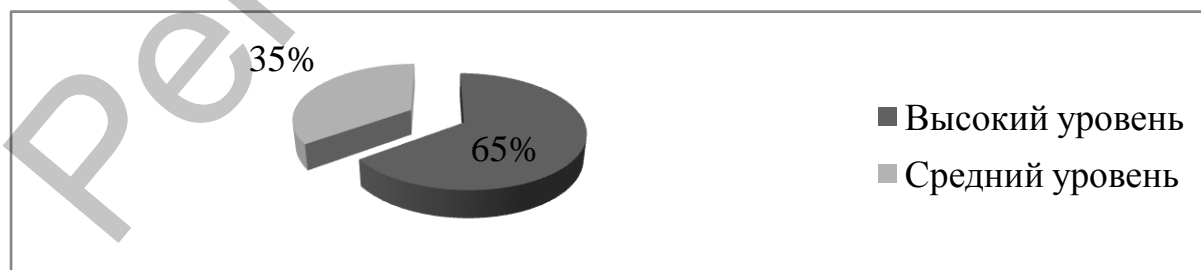


Рисунок 1 – Уровень корпоративной культуры сотрудников ООО «Andersen» (%)

Далее мы изучали типы корпоративной культуры, которые присущи сотрудникам компании «Andersen». Результаты показали, что у 55% респондентов преобладает партисипатический тип корпоративной культуры, у 32 % – органический тип, у 10 % – предпринимательский тип и у 3% сотрудников – бюрократический тип (рисунок 2).

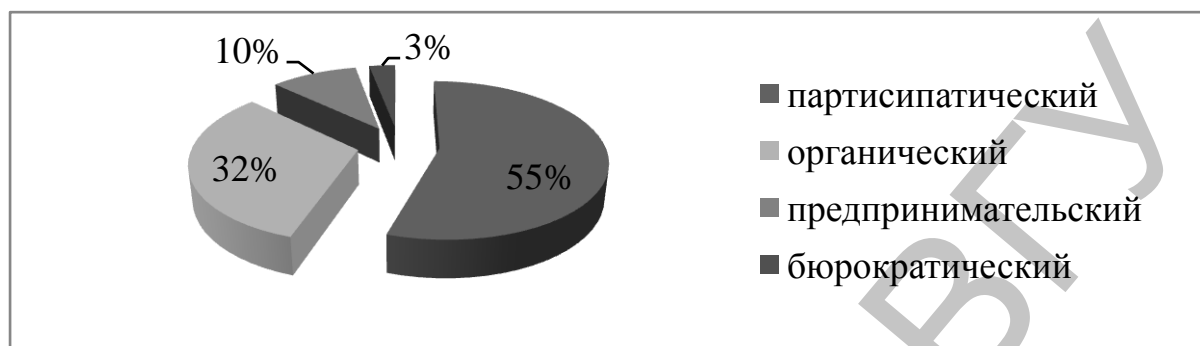


Рисунок 2 – Соотношение типов корпоративной культуры сотрудников компании (%)

У сотрудников компании со средним уровнем корпоративной культуры выявлены следующие типы: у 17 человек партисипатический тип, у 6 – органический и у 2 бюрократический тип корпоративной культуры.

Следующий показатель, который мы изучили – это поведение человека в конфликтной ситуации. Напомним, что автор теста «Типы поведения в конфликте» выделяет пять стилей поведения в конфликтной ситуации: конкурентный, партнерский, компромиссный, примирительный и избегающий. Примирительный стиль поведения выявлен у 23 диагностируемых сотрудников, избегающий стиль поведения в конфликтных ситуациях присущ 22 респондентам, компромиссный стиль поведения выявлен у 14 человек, конкурентный стиль у 8 человек и партнерский стиль присущ 6 сотрудникам (рисунок 3).

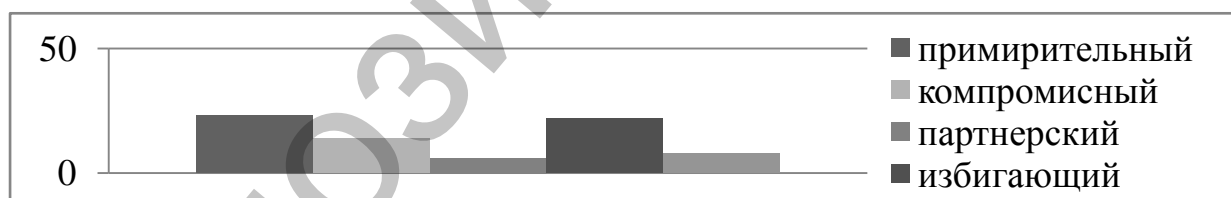


Рисунок 3 – Стили поведения в конфликтной ситуации, преимущественно применяемые сотрудниками компании

При детальном изучении результатов сотрудников компании с средним уровнем корпоративной культуры мы отметили, что стили поведения, которые преобладают у сотрудников в конфликтных ситуациях выявлены в следующем соотношении: у 10 сотрудников примирительный стиль, и у 15 – стиль избегающий.

Была выявлена следующая взаимосвязь: сотрудники компании, испытывающие сложности в общении, в конфликтных ситуациях у которых преобладают избегающие и примирительные стили имеют средний уровень корпоративной культуры. В связи с этим была сформирована группа из 16 сотрудников компании (10 женщин и 6 мужчин в возрасте от 22 до 26 лет), работающих в офисе города Витебска. Показания для посещения группы – собственное желание и результаты диагностики. Занятия

проводились 1 раза в неделю средней продолжительностью 100 минут. Количество занятий – 6, общим объемом 10 часов.

Целью программы является повышение коммуникативной культуры сотрудников компании «Andersen».

По завершении коррекционных занятий в рамках программы была проведена повторная диагностика сотрудников по методикам «Уровень корпоративной культуры» Т.А. Блинова и тест «Типы поведения в конфликте» (Томаса Килмена). В исследовании были получены следующие результаты: из 16 сотрудников компании уровень корпоративной культуры повысился у 8 человек. Диагностика показала, что у 2 сотрудников стиль изменился с избегающего на партнерский, у 3 – на компромиссный, у 4 остался неизменным, т.е. избегающим. Так же было выявлено, что у 4 сотрудников стиль поведения с примирительного изменился на компромиссный, у 3 остался прежним, т.е. примирительным.

Оценка эффективности коррекционной программы показала, что программа работает. Уровень корпоративной культуры сотрудников после прохождения коррекционной программы повысился.

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что для того чтобы повысить уровень корпоративной культуры стоит всесторонне развивать сотрудников компании, создавать комфортные условия для работы, организовывать мероприятия, проводить общие для сотрудников собрания на интересные для них темы, выезжать на природу, посещать театр, кино, музеи, выставки и т.п. Каждый сотрудник организации должен чувствовать себя нужным и важным для компании.

Список использованной литературы:

1. Смирнов, Э.А. Основы теории организации / Э.А. Смирнов. – М., 1998.
2. Соломанидина, Т.О. Организационная культура компании / Т.О. Соломанидина. – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2003.
3. Михайлина, С.А. Социально-философский анализ поведенческих регуляторов в корпоративной культуре: автореф. дисс. ... канд. фил.наук / С.А. Михайлина. – М, 2013. – 27 с.
4. Томилов, В.В. Культура организации предпринимательской деятельности / В.В. Томилов. – СПб., 1993. – 12 с.
5. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом развивающейся организации / Т.Ю. Базаров. – М.: ИПК Госслужбы., 1996.

УДК [371.12.011.3-051+37.013.8.-057.8]:37.035.6

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ СППС И УЧИТЕЛЕЙ НАЧАЛЬНЫХ КЛАССОВ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

И.В. Шабашёва, К.В. Шафранская,
ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск
(e-mail: shafranskaya.kira@yandex.ru)

В современных условиях главной целью формирования личности является воспитание гражданина и патриота, что соответствует социальному заказу общества. Идея становления человека как гражданина Отечества получила отражение в Кодексе Республики Беларусь об образовании, Законе Республики Беларусь «О правах ребёнка», в Концепции и Программе воспитания детей и учащейся молодёжи в Республике Беларусь и других государственных документах [1, с. 15].